

---

# Noty o autorach

---

Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych nr 3(4), 545-554

---

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

## NOTY O AUTORACH

**Ola Agbaimoni** - była współwłaścicielem Socialable Ltd, firmy zajmującej się zarządzaniem i wykorzystywaniem mediów społecznościowych w biznesie. Ola posiada doświadczenie w dziedzinach zarządzania projektami, regeneracji, wewnętrznego inwestowania i marketingu, rozwijania biznesu oraz zarządzania zmianami. Ola ma ponad 15 lat doświadczenia jako zarządzająca różnorodnymi zespołami w dużych korporacjach. Prowadziła wielomilionowe projekty, kampanie reklamowe oraz planowanie strategiczne. Ola jest również certyfikowanym trenerem, praktykiem NLP, spełnionym autorem, mówcą oraz prezenterem radiowym.

**Agnieszka Baruk** - jest pracownikiem Zakładu Innowacji i Marketingu w Katedrze Systemów Zarządzania i Innowacji Politechniki Łódzkiej. Dotychczas ukazało się drukiem 398 recenzowanych publikacji naukowych jej autorstwa, w tym 12 książek, które dotyczą marketingu transakcyjnego i marketingu personalnego oraz ich wzajemnych zależności. Jej naukowe zainteresowania związane są m. in. z problematyką zarządzania marketingowego, zwłaszcza zaś z rolą systemu społecznego organizacji w kształtowaniu jej wizerunku oraz pozycji rynkowej, jak również zastosowania nowoczesnych rozwiązań marketingowych w odniesieniu do pracowników oraz uczestników otoczenia firmy w ramach marketingu personalnego i transakcyjnego.

**Lidia Białoń** - jest Profesorem Wyższej Szkoły Menedżerskiej - Kierownikiem Katedry Marketingu i Przedsiębiorczości. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się wokół zarządzania działalnością innowacyjną oraz marketingu zwłaszcza marketingu innowacji. Zajmowała wiele stanowisk związanych z zarządzaniem szkołami wyższymi – od kierownika zakładu poprzez stanowisko dziekana do prorektora. Wśród wielu publikacji poświęconych problematyce marketingu, zarządzaniu przedsiębiorstwami, na wyróżnienie zasługuje pozycja pt. Zarządzanie działalnością innowacyjną, Wyd. PLACET, 2010.

**Alfred Brzozowski** - pracownik Ośrodka Promocji Centralnego Instytutu Ochrony Pracy Państwowego Instytutu Badawczego. Posiada wykształcenie w zakresie inżynierii środowiska (PW) oraz komercjalizacji technologii (UŁ). Od 14 lat zajmuje się problematyką związaną z marketingiem idei oraz upowszechnianiem zagadnień związanych z bezpieczeństwem człowieka w środowisku pracy. Wcześniej był pracownikiem naukowym zajmującym się zagadnieniami związanymi z wentylacją i zanieczyszczeniami pyłowymi powietrza. Wykonawca lub współwykonawca kilkunastu dużych projektów badawczych oraz autor artykułów dotyczących tej tematyki.

---

**Lilach Bullock** - jest właścicielem firmy, konsultantem ds. mediów społecznościowych, mentorem w dziedzinie Internetu oraz założycielem Socialable.co.uk, jedną z najbardziej dynamicznych osobowości na rynku angielskich mediów społecznościowych. Aktywnie wspiera etykę w marketingu internetowym na froncie wszystkich kluczowych platform społecznościowych z korzyścią dla niej samej oraz jej klientów. Po uruchomieniu jej pierwszej działalności w przeciągu trzech lat została matką, jej sukces finansowy został nagrodzony poprzez wyłonienie jej jako finalistki konkursu „Best Mumpreneur of the Year Awards” zaprezentowanego na 10 Downing Street. Chcąc spędzić więcej czasu ze swoją córką, sprzedała swoją pierwszą firmę, aby skupić się na mediach społecznościowych, rozwijając swojego bloga oraz marketing internetowy. Lilach jest w ciągłym kontakcie z dziennikarzami. Jest często cytowana w magazynach związanych z mediami społecznościowymi, wliczając w to m.in. „The Sunday Times”, „Prima”, „BBC Radio 5 Live”. Przemawia na seminariach z dziedziny biznesu i marketingu, naucza o mediach społecznościowych. Jej druga książka „Influencing with Images” osiągnęła pierwsze miejsce na stronie „Amazon” w dziedzinie Sprzedaży i Marketingu.

**Zbigniew Chmielewski** - wiceprezes agencji public relations Exacto, wykładowca w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Wrocławskiego, współpracownik Uniwersytetu Warszawskiego. Od 1991 roku, autor i współautor licznych projektów tożsamości i kampanii wizerunkowych firm, instytucji, jednostek samorządu terytorialnego. Autor wielu badań i publikacji naukowych z zakresu komunikowania i wizerunku. Członek Rady Etyki Public Relations.

**Agnieszka Chwiałkowska** - jest studentką studiów doktoranckich z zakresu nauk o zarządzaniu Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. Zajmuje się problematyką związaną z marketingiem mediów społecznościowych. Odbiła studia zagraniczne na Upper Austria University of Applied Sciences w Austrii oraz LAUREA University of Applied Sciences w Finlandii. Zainteresowania badawcze autorki skupiają się wokół zagadnień CRM, marketingu mediów społecznościowych, employer brandingu jak również zarządzania międzykulturowego.

**Stanisław Dawidziuk** - jest Założycielem, Rektorem Honorowym Wyższej Szkoły Menedżerskiej w Warszawie, inicjatorem w Uczelni kierunku Zarządzanie i Marketing (1995). Jest autorem licznych publikacji m. in. *Przedsiębiorczość droga do sukcesu w biznesie* (1999), *Przedsiębiorczość białkiem rozwoju społeczno – gospodarczego* (2011). Zainteresowania badawcze to zarządzanie małymi i średnimi przedsiębiorstwami oraz kapitałem ludzkim. Jest członkiem Złotej Łoży Business Centre Club i ekspertem ds. Szkolnictwa Wyższego Edukacji w Business Centre Club.

**Radosław Dawidziuk** - absolwent Szkoły Głównej Handlowej, kierunek Zarządzanie i Marketing, Kanclerz Wyższej Szkoły Menedżerskiej w Warszawie. Zajmuje się zarządzaniem uczelnią, funkcjonowaniem rynku

edukacyjnego szkół wyższych, analizą strategiczną uczelni.

**Anna Drapińska** - jest adiunktem na Wydziale Zarządzania i Ekonomii Politechniki Gdańskiej. Specjalizuje się w tematyce marketingu usług, w tym szczególnie marketingu usług profesjonalnych. Jest autorką kilkudziesięciu publikacji naukowych na ten temat. W 2011 roku (nakładem Wydawnictwa Naukowego PWN) ukazała się jej książka na temat zarządzania relacjami w szkolnictwie wyższym (Zarządzanie relacjami na rynku usług edukacyjnych szkół wyższych, PWN Warszawa, 2011).

**Marcin Gębarowski** - adiunkt w Katedrze Marketingu na Wydziale Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej. Od wielu lat zajmuje się problematyką targów i wystaw gospodarczych. Obronił pracę doktorską poświęconą marketingowemu znaczeniu targów. Na łamach czasopism i wydawnictw akademickich opublikował ponad 70 artykułów poświęconych różnym aspektom organizacji wystąpień targowych. Jest autorem książki „Współczesne targi. Skuteczne narzędzie komunikacji marketingowej”. Oprócz targów, zainteresowania naukowe autora koncentrują się wokół marketingu terytorialnego, merchandisingu, reklamy oraz niestandardowych form promocji.

**Michał Grech** - z wykształcenia kulturoznawca i językoznawca, pracuje jako adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UWr, redaktor „Communication Design Magazine”. Specjalizuje się w badaniu i planowaniu komunikacji i wizerunku firm i instytucji, szczególnie uczelni i instytucji publicznych. Od 2005 roku zajmuje się badaniami wizerunku i komunikacji uczelni wyższych.

**Dominika Hirsch** - jest adwokatem i trenerem biznesu zajmującym się rozwojem kompetencji niezbędnych do efektywnego działania w dynamicznie zmieniającym się środowisku międzynarodowym. Od 2007r. prowadzi firmę DominikaHirsch International z siedzibą w Barcelonie, która zajmuje się internacjonalizacją firm i organizacji. Jest certyfikowanym trenerem Richard Lewis Communications oraz członkiem Okręgowej Rady Adwokackiej w Barcelonie. Autorka wielu publikacji o tematyce prawniczej i międzykulturowej związanych z działalnością międzynarodową.

**Jose Ignacio Monrabal** - uzyskał tytuł magistra z Zarządzania Marketingowego w ESIC Marketing School, EMBA w Esden Business School oraz „International Business Diploma” na Uniwersytecie Cambridge. Pracował w kilku przedsiębiorstwach B2B zajmujących się m.in. inżynierią, technologiami informatycznymi, oprogramowaniem, drukiem oraz chemią, poprawiał swoje umiejętności z dziedziny komunikacji marketingowej pracując dla wiodących marek takich jak SIEMENS, OSRAM czy Polymer Char, gdzie obecnie zajmuje się globalną komunikacją marki. Został zaproszony, aby wygłosić wykład na temat kreowania marki w ramach międzynarodowych konferencji w Niemczech oraz Chinach. Był autorem artykułów dla Wolters Kluwer, Interbrand, Dircom Latin America oraz dla Amerykańskiego Towarzystwa Marketingowego.

---

**Jan Jasiczak** - adiunkt w Katedrze Marketingu Produktu Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Specjalizuje się w problematyce zarządzania produktem, marketingu innowacji oraz komunikacji marketingowej, a także relacji świata nauki z biznesem. Uczestnik projektów badawczych dotyczących m.in. postaw konsumentów wobec innowacyjnych produktów, zarządzania portfelem marek przez przedsiębiorstwa oraz zarządzania strategicznego w szkołach wyższych. Współpracownik Poznańskiego Parku Naukowo-Technologicznego w zakresie rozwoju i wspierania przedsiębiorczości.

**Iris Kaiser** - absolwentka wydziału projektowania graficznego w Fachhochschule w Düsseldorfie. Pracowała jak layouter, projektant graficzny, dyrektor artystyczny i kierownik studia w wielu agencjach reklamowych na terenie Nadrenii Północnej Westfalii. W 1994 roku założyła swoją pierwszą agencję reklamową. W roku 2001 odłączyła się od dotychczasowego partnera biznesowego i założyła agencję „Alfagras”, specjalizującą się w marketingu internetowym. W roku 2010 zakończyła kolejne studia uzyskując tytuł online-marketing-manager. Dziś pracuje jako trener w European Media and Business-Academy w Düsseldorfie oraz jako niezależny specjalista w zakresie marketingu internetowego i mediów społecznościowych.

**Jerzy Keller** - zastępca Dyrektora Instytutu Technik Innowacyjnych EMAG. Absolwent Politechniki Śląskiej (1979 r.) oraz studiów podyplomowych w Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie (2006 r.) z zakresu doboru urządzeń w górniczych kompleksach wydobywczych. Swoją 30-letnią karierę zawodową realizował w kilku krajowych zakładach produkujących maszyny i urządzenia górnicze dla odbiorców między innymi z Polski, Rosji, Chin, Australii, Białorusi i Ukrainy. Zna warunki górnicze panujące w tych krajach oraz oczekiwania potencjalnych odbiorców w zakresie usprzętowania, automatyzacji i poprawy bezpieczeństwa procesów wydobywczych. Dyrektor górniczy III stopnia.

**Jerzy Koszałka** - jest pracownikiem Wydziału Zarządzania i Ekonomii Politechniki Gdańskiej. Od 40 lat zajmuje się organizacją i zarządzaniem przedsiębiorstwem. Uczestniczył m.in. w stażach w University of Wales Swansea (1993, 1994) i Durham University Business School (1995), odbył podróż studialną po ośrodkach wspierających rozwój MSP w USA (1996). Współautor Regionalnej Strategii Innowacji dla Województwa Pomorskiego RISP (2002-2003), autor kilkudziesięciu artykułów, referatów, poradników i opracowań z zakresu strategii i marketingu przedsiębiorstw oraz innowacji. Członek Stowarzyszenia Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce.

**Damian Kuźniewski** - jest pracownikiem Centrum Wiedzy i Przedsiębiorczości Politechniki Gdańskiej. Od 8 lat zajmuje się problematyką transferu technologii i wdrażania innowacji. Od 2009 kieruje jednostką odpowiedzialną za transfer technologii i wspieranie przedsiębiorczości akademickiej w Politechnice Gdańskiej. Współpracował przy realizacji kilkunastu projektów, wspierających przedsiębiorczość i inno-

wacyjność akademicką. Autor opracowań z zakresu wykorzystania wyników pracy intelektualnej i transferu technologii, odpowiadał za transfer i wdrożenie w przedsiębiorstwach szeregu technologii wytworzonych w Uczelni.

**Bogumiła Marczyńska** - absolwentka Wydziału Geografii i Studiów Regionalnych oraz Studium Podyplomowego Polityki Regionalnej i Rozwoju Lokalnego Uniwersytetu Warszawskiego. Od dwóch lat pracuje w Instytucie Lotnictwa, w Engineering Design Center jako specjalista ds. administracji i komunikacji. Zajmuje się komunikacją wewnętrzną oraz promocją i wizerunkiem EDC. Lider ds. komunikacji w organizacji GE Women's Network dla ośrodka Warszawa.

**Jaromir Matulewicz** - od prawie 20 lat zajmuje się marketingiem i zarządzaniem relacjami z klientami, kieruje Działem Zarządzania, Marketingu i Współpracy z Zagranicą w Instytucie Rozwoju Miast w Krakowie. Doświadczenie zdobywał m.in. w firmach teleinformatycznych, poligraficzno-wydawniczych i jednostkach naukowych. Kierował organizacją wielu krajowych i międzynarodowych konferencji, seminariów, warsztatów i kongresów o charakterze zarówno komercyjnym, jak i naukowym. Jest członkiem Śląskiego Towarzystwa Marketingowego.

**Artur Miros** - jest absolwentem Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, stopień doktora nauk chemicznych uzyskał w 2000 roku. Staż podoktorancki odbywał w Instytucie Struktur Elektronowych i Laserów w Grecji oraz w Instytucie Maxa Plancka w Niemczech. Obecnie piastuje stanowisko Kierownika Zakładu Badawczego w Centralnym Ośrodku Badawczo-Rozwojowym Przemysłu Izolacji Budowlanej w Katowicach oraz Zastępcy Przewodniczącego Rady Naukowej Instytutu. Jego działalność naukowa skupia się w obszarze tematyki związanej z termo i hydroizolacją materiałów budowlanych.

**Piotr Moskała** - jest pracownikiem Instytutu Zootechniki Państwowego Instytutu Badawczego w Krakowie. Od 5 lat zajmuje się problematyką upowszechniania badań naukowych, promocji nauki, pozyskiwania środków z funduszy UE i krajowych. Autor artykułów dotyczących tematyki upowszechniania badań, współpracy nauki z praktyką. Zainteresowania badawcze autora skupiają się wokół zagadnień związanych z komercjalizacją badań naukowych, marketingu nauki.

**Michel Muszynski** - był twórcą i wieloletnim dyrektorem Institut Français de Gestion w Polsce. Absolwent European Institute of Business Administration (INSEAD), stale mieszka we Francji oraz na Florydzie w USA, jest ekspertem od zarządzania strategicznego. Autor około 200 artykułów z tej dziedziny, specjalizuje się w tworzeniu i wykorzystywaniu elektronicznych symulatorów komputerowych w edukacji menedżerskiej. Opublikował m.in. (we Francji, Wydawnictwo Sybex 1990) jeden z pierwszych na świecie podręczników z zastosowania w tej materii sztucznej inteligencji („Conduire une entreprise avec un

---

systeme-expert"). Jest także autorem ponad czterdziestu strategicznych komputerowych dydaktycznych i użytkowych programów symulacyjnych oraz twórcą unikalnej metody nauczania zarządzania z ich zastosowaniem (obecnie w czterech wersjach językowych). Jest też pomysłodawcą oraz realizatorem „Multimedialnej Encyklopedii Zarządzania”, a także autorem szeregu publikacji popularno-naukowych.

**Tomasz Nałęcz** - jest pracownikiem Państwowego Instytutu Geologicznego. Od 20 lat zajmuje się problematyką geoinformacji, szczególnie w zakresie zarządzania danymi przyrodniczymi. Specjalizuje się w przetwarzaniu danych przestrzennych i budowie systemów informatycznych związanych z hydrogeologią i ochroną środowiska. Oprócz zagadnień kierunkowych interesuje się także zarządzaniem projektami oraz wdrażaniem tych rozwiązań w instytucjach naukowych. Ukończył studia podyplomowe z zarządzania projektami w Szkole Głównej Handlowej (2006) oraz Akademii im. L. Koźmińskiego (2012). Posiada certyfikaty PRINCE2 i IPMA. Autor wielu artykułów i referatów z zakresu systemów informacji przestrzennej oraz hydrogeologii i ochrony środowiska. Zainteresowania badawcze autora skupiają się wokół wykorzystania geoinformacji do wspomaganie zarządzania i procesów decyzyjnych w hydrogeologii i ochronie środowiska. Uczestniczył w projektach międzynarodowych (NATO, UNIDO, EU). Aktywnie uczestniczy w pracach zespołu roboczego opracowującego specyfikacje danych dla geologii i zasobów mineralnych w ramach dyrektywy INSPIRE. Jest członkiem Polskiego Towarzystwa Informacji Przestrzennej.

**Hubert Ochmański** - kierownik działu badań i nowych technologii w agencji public relations Exacto. Odpowiedzialny za koordynację i realizację projektów badawczych. Uczestniczy w pracach związanych z opracowywaniem dokumentów strategicznych. Wcześniej związany z tygodnikami: Życie Podkarpackie i Gazeta Jarosławska, w których pełnił funkcję dziennikarza etatowego. Pracował jako korespondent miejski dla Polskiego Radia Rzeszów. Prowadził warsztaty dziennikarskie dla adeptów tego zawodu. Studiował na kierunku Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna w WSiIZ w Rzeszowie.

**Aneta Olejniczak** - magister ekonomii, specjalista w zakresie marketingu, logistyki i bankowości. Jest szefem największego w Europie ogólnopolskiego projektu „Era Inżyniera”, który ma na celu popularyzację zawodu inżyniera i nauk ścisłych wśród uczniów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych. Kieruje działaniami public relations oraz marketingu wewnątrzorganizacyjnego Instytutu Lotnictwa. Jej zainteresowania dotyczą zarówno tematyki marketingu, jak i psychologii.

**Mirosława Pluta-Olearnik** - ekonomista, nauczyciel akademicki, doktor habilitowany nauk ekonomicznych, specjalista w zakresie zarządzania i marketingu usług, profesor Uniwersytetu Ekonomicznego i Wyższej Szkoły Handlowej we Wrocławiu, autorka ok. 100 publikacji naukowych. Od wielu lat specjalizuje się w problematyce funkcjonowania i rozwoju usług w takich obszarach, jak: usługi bankowe, tury-

styczne, edukacyjne, naukowo-badawcze, biznesowe. Ponadto prowadzi badania nad internacjonalizacją sektora usług. Autorka wielu książek, m.in.: „Marketing usług”, „Marketing usług bankowych”, „Rozwój usług edukacyjnych w erze społeczeństwa informacyjnego”, „Przedsiębiorcza uczelnia i jej relacje z otoczeniem”.

**Natalia Osica** - jest specjalistą ds. komunikacji naukowej i wiceprezesem Polskiego Stowarzyszenia Dziennikarzy Naukowych Naukowi.pl, w latach 2009-2012 była rzecznikiem prasowym i kierownikiem Biura Prasowego i PR Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej. Za jakość przekazywanych informacji prasowych, pomoc w kontaktach z naukowcami z SWPS, a także zaangażowanie w promocję uczelni otrzymała wyróżnienie od redakcji serwisu Nauka w Polsce Polskiej Agencji Prasowej („Popularyzator Nauki 2010”), a projekt wirtualnego biura prasowego ([www.centrumprasowe.swps.pl](http://www.centrumprasowe.swps.pl)), za którego powstanie i rozwój odpowiadała, otrzymała nagrody, w tym Złotego Spinacza za najlepszą kampanię PR w kategorii „PR korporacyjny” (2012 r.) oraz nagrodę główną w konkursie Stowarzyszenia PR i Promocji Uczelni Polskich PRom za najlepszy projekt promujący naukę (2011 r.). Z wykształcenia socjolog (ISNS UW) ze specjalizacją w zakresie mediacji, negocjacji i rozwiązywania konfliktów.

**Monika Pietrzyk** - jest obecnie na stażu naukowym na Free University Berlin. Autorka artykułów i referatów w dziedzinie fizyki teoretycznej (optyka nieliniowa), ma również doświadczenie w symulacjach numerycznych (np. rozwiązania równań różniczkowych cząstkowych), włączając w to programowanie równoległe. Odbyla staże zagraniczne w wielu ośrodkach naukowych w Europie (Warsaw University of Technology, IPPT PAN, National Quantum Information Centre of Gdansk, ICTP in Trieste, Jena University, University of Edinburgh, Heriot-Watt University of Edinburgh, University of Kaiserslautern, University of Vigo). Od 2001 współpracuje z Poland Germany Consult WINIARSKI w dziedzinie marketingu naukowego, a w szczególności interesuje się możliwością zastosowania systemu CRM w celu usprawnienia współpracy pomiędzy nauką a przemysłem, zwłaszcza jeżeli chodzi o polski rynek.

**Paweł Radomski** - jest pracownikiem Instytutu Zootechniki Państwowego Instytutu Badawczego w Krakowie. Od 6 lat zajmuje się problematyką upowszechniania badań naukowych, promocji nauki, pozyskiwania środków z funduszy UE i krajowych. Autor artykułów dotyczących tematyki upowszechniania badań, współpracy nauki z praktyką. Zainteresowania badawcze autora skupiają się wokół zagadnień związanych z komercjalizacją badań naukowych, marketingu nauki.

**Agnieszka Szczygielska** - pracownik Ośrodka Promocji Centralnego Instytutu Ochrony Pracy - Państwowego Instytutu Badawczego. Posiada wykształcenie w zakresie ekonomii, komunikacji społecznej oraz socjologii. Od 12 lat zajmuje się upowszechnianiem problematyki związanej z bezpieczeństwem pracy. Autorka artykułów dotyczących postaw pracowników wobec bezpieczeństwa pracy. Wykonawca



---

lub współwykonawca projektów na temat doskonalenia metod promowania bezpieczeństwa pracy oraz kształtowania probezpiecznych postaw pracowników i pracodawców. Doktorantka ISP PAN.

**Bogdan Sojkin** - kierownik Katedry Marketingu Produktu na Wydziale Towaroznawstwa Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Autor i współautor wielu publikacji z zakresu zarządzania produktem, marketingu produktu, zachowań konsumenckich i komercjalizacji produktów żywnościowych i przemysłowych. Kierownik i wykonawca projektów badawczych NCN i NCBiR obejmujących zagadnienia innowacji i proces ich wprowadzania na rynek. Współpracownik i konsultant polskich przedsiębiorstw polskiego rynku żywnościowego.

**Wioleta Śmiszek-Lindert** - jest absolwentką Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, rozprawę doktorską obroniła z wyróżnieniem w 2009 roku, uzyskując stopień naukowy doktora nauk chemicznych. Wyniki autorki, których tematyka skupia się wokół zagadnień chemii i fizyki chemicznej, publikowane są w prestiżowych międzynarodowych czasopismach naukowych. Obecnie pracuje w Zakładzie Badawczym Centralnego Ośrodka Badawczo-Rozwojowego Przemysłu Izolacji Budowlanej w Katowicach, zajmując się problematyką dotyczącą termo i hydroizolacji materiałów budowlanych. Jest również członkiem Rady Naukowej COBR PIB.

**Witold Świeczak** - absolwent Wydziału Inżynierii Środowiska i Energetyki na Politechnice Śląskiej, kierunek Ochrona Środowiska. Obecnie pracuje w Instytucie Lotnictwa, w pionie marketingu na stanowisku kierownika projektu. Zajmuje się analizą rynku badawczego i sektora lotniczego. Specjalizuje się w inbound marketingu. Ponadto kieruje działaniami guerilla i ambient marketingu oraz działalnością charytatywną Instytutu Lotnictwa.

**Stanisław Trenczek** - zastępca Dyrektora Instytutu Technik Innowacyjnych EMAG ds. naukowych. Absolwent Wydziału Górniczego Politechniki Śląskiej oraz Wydziału Górniczego Akademii Górniczo-Hutniczej. Doktor nauk technicznych (AGH), doktor habilitowany nauk technicznych (Politechnika Śląska), specjalność: aerologia górnicza. Członek: Komisji Górniczej PAN Oddział w Katowicach, Sekcji Aerologii Górniczej Komisji Górnictwa PAN, Sekcji Aerologii Górniczej przy Komisji Górniczej Oddziału PAN w Katowicach, Sekcji Mechatroniki i Energoelektryki w Górnictwie przy Komisji Górniczej PAN Oddział w Katowicach.

**Dariusz Trzmielak** - jest dyrektorem Centrum Transferu Technologii Uniwersytetu Łódzkiego oraz Członkiem Rady Fundacji Centrum Innowacji - Akceleratora Technologii Fundacji UŁ. Członek zarządu i skarbnik Stowarzyszenia Organizatorów Ośrodków Innowacyjności i Przedsiębiorczości w Polsce. Akredytowany przez PARP ekspert z zakresu innowacji i nowych technologii. Ekspert naukowy i ekonomiczny

w Inicjatywie Technologicznej Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Członek Komitetu Monitorującego Regionalny Program Operacyjny Województwa Łódzkiego. Specjalizuje się w ocenie potencjału rynkowego dla technologii i innowacyjnych rozwiązań. Jego główne zainteresowania skupiają się na ocenie rynku dla nowych technologii. Dr Dariusz Trzmielak do 2008 roku był także wiceprezesem Centrum Innowacji - Akceleratora Technologii Fundacji UŁ, a do 2007 roku dyrektorem Centrum Innowacji w Amerykańsko - Polskim Programie Offsetowym Uniwersytet Teksański – Uniwersytet Łódzki.

**Dariusz Tworzydło** - prezes Zarządu EXACTO sp. z o.o. Prezes Zarządu Instytutu Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego. W latach 2008-2012 członek Rady Etyki Public Relations. W latach 2009-2011 Prezes Zarządu Polskiego Stowarzyszenia Public Relations. Pracownik Uniwersytetu Wrocławskiego. Współpracownik Uniwersytetu Warszawskiego oraz Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Autor ponad 200 publikacji naukowych i opracowań badawczych. Ekspert, doradca zarządów firm oraz członek rad nadzorczych. Współautor wielu strategii i ekspertyz.

**Marzena Walasik** - jest pracownikiem Instytutu Technologii Eksploatacji – Państwowego Instytutu Badawczego w Radomiu, gdzie pełni funkcję Pełnomocnika Dyrektora ds. Komerccjalizacji. Zajmuje się systemową organizacją działań promocyjnych i marketingowych oraz operacyjną organizacją platformy technologicznej. Autorka jest wieloletnią wykładownicą akademickim. Posiada wykształcenie wyższe ekonomiczne, jest absolwentką studiów podyplomowych z zakresu m.in. rachunkowości i audytu oraz MBA. Zainteresowania badawcze autorki skupiają się wokół zagadnień związanych z transferem wiedzy oraz komercjalizacją wyników badań naukowych do praktyki gospodarczej.

**Jan Walczak** - absolwent politologii (spec. marketing polityczny) oraz filologii polskiej (spec. dziennikarstwo) na Uniwersytecie Zielonogórskim. Ukończył studium podyplomowe z zakresu komunikowania i kreowania wizerunku publicznego (Uniwersytet Wrocławski). Specjalista ds. promocji i wydawnictw w Dolnośląskiej Wyższej Szkole Przedsiębiorczości i Techniki w Polkowicach. Były dziennikarz „Gazety Lubuskiej”, zajmujący się tematyką samorządową. Autor artykułów prasowych dotyczących Polkowic oraz artykułów naukowych nt. współczesnych stosunków polsko-czeskich. Autor rozdziału w monografii pt. „Polkowice - historia współczesna 1945-2010” pod red. J. Tyszkiewicza (2012).

**Piotr Winiarski** - jest właścicielem POLAND BUSINESS CENTER BERLIN. Jako firma rodzinna Poland Germany Consult WINIARSKI od ponad 14 lat wspiera firmy polskie w pozyskiwaniu kontaktów w Niemczech i innych krajach. Studiując na uczelniach w Berlinie Zachodnim uzyskał wykształcenie pozwalające wykonywać zawód inżyniera sprzedaży. Wcześniej ukończył wydział Mechaniczno-Energetyczny na Politechnice Wrocławskiej oraz wydział Organizacji i Zarządzania Przemysłem na Politechnice Gdańskiej. Zainteresowania autora skupiają się na zagadnieniach związanych z MSP i narzędziami wspomagania

---

sprzedaży, eksportu jakim może być CRM. Od 2 lat interesuje się możliwościami intensyfikowania współpracy pomiędzy przemysłem i nauką, wykorzystując dotychczasowe doświadczenia w pracy z MSP. Jest vice przewodniczącym Stowarzyszenia Inżynierów Polskich T.z. w Niemczech. W 2011 został wyróżniony Srebrną Odznaką Honorową NOT.

**Piotr Wojtas** - dyrektor Instytutu Technik Innowacyjnych EMAG. Absolwent Wydziału Radiotechnicznego Politechniki Odesskiej, stopień doktora uzyskał na Wydziale Górnictwa i Geologii Politechniki Śląskiej. Ma 30-letni staż w pracy naukowo-badawczej (specjalizuje się w dziedzinie łączności górniczej). Posiada stopień generalnego dyrektora górniczego II stopnia. Członek Komitetu Górnictwa Polskiej Akademii Nauk. Redaktor naczelny miesięcznika „MiAG”. Odznaczony przez Prezydenta RP Srebrnym (2000 r.) i Złotym Krzyżem Zasługi (2005 r.). W 2008 r. odznaczony Krzyżem Kawalerskim Orderu Wynalazczości nadanym przez Najwyższą Komisję Odznaczeń Królestwa Belgii.

**Katarzyna Wrona** - absolwentka SGGW w Warszawie. Od 2001 roku pracuje w zespole kreatywnym pionu marketingu Instytutu Lotnictwa. Zajmuje się projektowaniem graficznym oraz tworzeniem serwisów internetowych. Odpowiada także za multimedialne opracowania prezentacyjne, informacyjne i promocyjne Instytutu Lotnictwa. Ma na swoim koncie opracowanie i montaż filmów dokumentalnych z historii lotnictwa. Ukończyła studium „Techniki multimedialne i grafika komputerowa” w Wyższej Szkole Biznesu i Administracji w Warszawie.